



MISCELÂNEA

Revista de Pós-Graduação em Letras

UNESP – Campus de Assis

ISSN: 1984-2899

www.assis.unesp.br/miscelanea

Miscelânea, Assis, vol.8, jul./dez. 2010



REVISTA CARETA (1908-1922): SÍMBOLO DA MODERNIZAÇÃO DA IMPrensa NO SÉCULO XX¹

Clara Asperti Nogueira
(Doutoranda — UNESP — CAPES)

RESUMO

A revista *Careta*, publicação que circulou na primeira metade do século XX, é registro importante para o entendimento da vida sócio-cultural nacional durante a chamada *Belle Époque*. Através da análise de suas características particulares, de seus colaboradores, de sua linha editorial e de seus recursos gráficos e iconográficos, este estudo pretende mostrar alguns indícios que comprovem como as revistas ilustradas, em especial a *Careta*, serviram de plataforma de divulgação de uma desejada modernidade, mas também elas próprias foram representativas de uma realidade técnica que comprovaria a mudança de rumos do periodismo nacional.

PALAVRAS-CHAVE

Revista *Careta*; Literatura; Imprensa periódica; Limiar do século XX.

ABSTRACT

The *Careta* Magazine, publication that circulated in the first half of 20th century, it is an important register to understand the Brazilian's sociocultural life during the so called national *Belle Époque*. Through the analysis of its particular characteristics, its collaborators, its publishing line and its graphics resources, this study aims to show some clues that prove how illustrated magazines, in special *Careta*, helped to publish the modernity desire, but also the same illustrated magazines, in general, were representatives of a new technical reality that it would change the national periodic press's route.

KEYWORDS

Careta Magazine; Literature; Periodic press; 20th century beginning.

¹ Este artigo faz parte das pesquisas em andamento desenvolvidas junto ao Programa de Pós-Graduação em Letras (área: Literatura e Vida Social), para defesa futura de tese de doutoramento.

Introdução

Em tempos nos quais a velocidade de atualização das tecnologias de informação supera qualquer tentativa de se acompanhar amiúde a sua evolução; nesta época em que até modernas telas planas, teclados e *notebooks* perdem espaço para suportes cada vez menores como *netbooks*, *iPods*, *iPads*, *e-readers* e *e-books*, *BlackBerrys*, celulares que filmam, fotografam e até fazem ligações (!), qual será o papel do periodismo? Ou melhor: qual seria o papel dos veículos que, atualmente, comportam a notícia impressa? Ou, ainda, qual a função de quem a divulga? São essas questões tensas de se tentar discutir de maneira rápida e resumidamente fácil e acabam sempre gerando conclusões rasas que beiram a respostas evasivas e vazias de significado.

Será o fim do periodismo impresso ou dos livros editados em volumes? Os *sites* de notícias e de revistas e os recentes leitores digitais acabarão com o prazer da leitura? O encanto de folhear o livro pela primeira vez e sentir seu cheiro de papel impresso será raridade nas próximas décadas? As livrarias somente serão acessadas pela internet? Seremos leitores virtuais de textos virtuais escritos por autores virtuais? Possivelmente todas as respostas para tais indagações sejam negativas. Entretanto, nossa relação com a informação, seja a impressa ou a virtual, sofrerá mudanças e requererá adaptações urgentes por parte não somente dos produtores como também dos consumidores da matéria intelectual escrita.

A realidade se mostra difícil: como acompanhar a velocidade de divulgação de notícias e de imagens neste mundo contaminado por *sites*, *blogs*, *twitters* que fazem da manchete de ontem a notícia velha de hoje? Estes mesmos artefatos nos fazem navegar entre fatos políticos, policiais, culturais e sociais até desembocarmos na fofoca da última celebridade instantânea produzida — ou melhor: criada — por esses mesmos veículos que alimentamos com nossa curiosidade e, muitas vezes, dependência. Esta é a

realidade na qual coberturas jornalísticas redundam em edições extras e especiais, em que a sensação é de se ter a cobertura ampla, constante e detalhada do acontecimento — mas nem sempre fiel aos fatos. Entretanto, mais fascinante do que pensar em “Quem lê tanta notícia”² — tomando de empréstimo o brilhante trecho da música de Caetano Veloso, já aproveitada por Tânia Regina de Luca e de Ana Luiza Martins (2006, p.9), — é entender se esse avanço tecnológico é novidade na realidade brasileira ou se algo semelhante já ocorreu na imprensa nacional em algum outro momento.

Guardadas as devidas proporções, um “novo horizonte técnico moderno” (Cf. SUSSEKIND, 1987), já aportou entre nós, mais precisamente no Rio de Janeiro, capital federal da República recém-implantada, no limiar do século XX.

O progresso técnico, que teve seu auge na virada do século XIX para o século XX, se não conserva semelhanças em rapidez de desenvolvimento de novos artefatos tecnológicos surgidos, e conseqüente anacronismo de outros, aproxima-se desse *mundo novo*, que se acompanha nesse começo de segunda década do século XXI, em número de aparelhos técnicos surgidos e na incrível mudança de hábitos e de maneiras de se tratar a notícia (Cf. SUSSEKIND, 1987), a leitura e o trato com o suporte jornalístico.

Se atualmente é necessária uma reacomodação frente às novas mídias e modos de leitura, de certa forma, uma evolução assim já ocorreu em tempos não muito remotos. No limiar do século XX, o trabalho jornalístico ficava, principalmente, a cargo dos homens de letras da sociedade burguesa carioca. E seu campo de atuação, bem mais restrito do que hoje se tem ao alcance, era o periodismo impresso da época, dividido, basicamente, em duas frentes segmentadas de divulgação: o jornal diário e as revistas ilustradas hebdomadárias e mensais:

O desdobramento do setor traduziu-se também na diferenciação entre jornais e revistas: ao primeiro, normalmente diário e vespertino, caberia a divulgação da notícia, o retrato

² Verso da canção “Alegria, alegria”, de 1967.

instantâneo do momento, abrangendo desde as disputas políticas até o descarrilamento do trem de subúrbio. À revista reservava-se a especificidade de temas, a intenção de aprofundamento e a oferta de lazer tendo em vista os diferentes segmentos sociais: religiosas, esportivas, agrícolas, femininas, infantis, literárias ou acadêmicas, não apenas como mercadorias, mas ainda como veículos de divulgação de valores, ideias e interesses (COHEN, 2008, p. 105).

Para evidenciar esse então novo horizonte técnico moderno que se desenvolveu no cenário brasileiro, e principalmente carioca, nos anos iniciais do século XX, lançar-se-á mão de uma revista ilustrada que balizou um período, por seu valor literário, iconográfico e até de certa maneira informativo — já que, como se poderá constatar, não era essa sua principal intenção. A revista ilustrada *Careta* marcou época não somente por ser representativa de uma cidade que se queria símbolo de modernidade, mas por ser a própria publicação representante da evolução técnica que mudaria de certa forma os paradigmas do jornalismo literário do momento em questão.

Através de algumas de suas características particulares, como sua linha editorial e sua sintomática durabilidade, ter-se-ão alguns indícios que revelam como as revistas ilustradas, em especial a *Careta*, serviram de plataforma de divulgação de uma modernidade por muito tempo ansiada, mas também ela própria representativa de uma realidade técnica que comprovaria a mudança de rumos do periodismo nacional.

A nova sociedade carioca e o surgimento da *Careta*.

Com o fim do regime escravocrata e com o advento da República, abafadas as revoltas iniciais geradas pela implantação do novo sistema democrático de governo e com a estabilização e o saneamento das finanças nacionais, a sociedade brasileira viu-se, ao final da primeira década do século XX, em águas calmas.

O cenário mostrava-se propício para novos voos sociais e, principalmente, culturais. As reformas urbanas e profiláticas encabeçadas pelo

prefeito carioca Francisco Pereira Passos, a partir de 1903, serviriam de mola propulsora para o nascimento de uma nova sociedade, ávida por novidades e, sobretudo, por transformações em seu modo de vida. A importação de valores europeus na educação, usos e costumes, vestimenta e cultura, — o que também podemos entender como um transplante equivocado de valores culturais e sociais bem distantes daqueles que seriam próprios de uma nação americana ainda jovem, — transformou o Rio de Janeiro, capital federal do país então, não apenas na vitrine do regime republicano, mas, sobretudo, numa imitação um tanto mal feita da antiga sociedade francesa. Era o momento do Rio de Janeiro civilizado e cosmopolita, feito de amplos *boulevards* e de uma sociedade burguesa surgida a partir da mistura de todos esses novos ingredientes.

Para documentar tantas novidades e inéditas formas de sociabilidade, nada melhor do que as revistas ilustradas circulantes na época, documentos que, ao mesmo tempo em que destacavam a temática da vivência urbana, poderiam ser representantes desse novo público leitor ansioso por progresso.

A imprensa finissecular e, principalmente, o periodismo surgido nos anos iniciais do século XX estamparam e descreveram a nossa *Belle Époque*, com suas reformas e inovações tecnológicas. A modernidade técnica, tributária desse novo horizonte tecnológico, seria a marca inseparável da nova imprensa especializada, setORIZADA, padronizada e de cunho empresarial, que se consolidaria nesse período. Sobre isso, comenta Werneck Sodré (1999, p.275):

A passagem do século [...] assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se é assim afetado o plano da produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. Essa transição começara antes do fim do século [XIX], naturalmente, quando se esboçara, mas fica bem marcada quando se abre a nova centúria. Está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e, nele, à ascensão burguesa, ao avanço das relações

capitalistas: a transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço [...].

As revistas ilustradas, ícones dessa *modernidade*, além de representar fielmente esse novo horizonte técnico da imprensa, saberiam, sobretudo, traduzir e compreender o sistema cultural da época, com sua nova linguagem e suas novas relações entre a imagem e o padrão gráfico.

Assim, a partir de 1900, a imprensa se modernizava não somente na utilização de novos expedientes gráficos e em maquinário moderno como também em sua forma e conteúdo e a revista *Careta*, que circulou por 53 anos, — de 6 de junho de 1908 a 5 de novembro de 1960, — é modelo viável para a exemplificação de como uma revista serviu, ao mesmo tempo, de representante de uma coletividade ansiosa por novos hábitos e costumes, mas também de símbolo de uma imprensa que se queria em dia com as novas formas de abordagem da notícia.

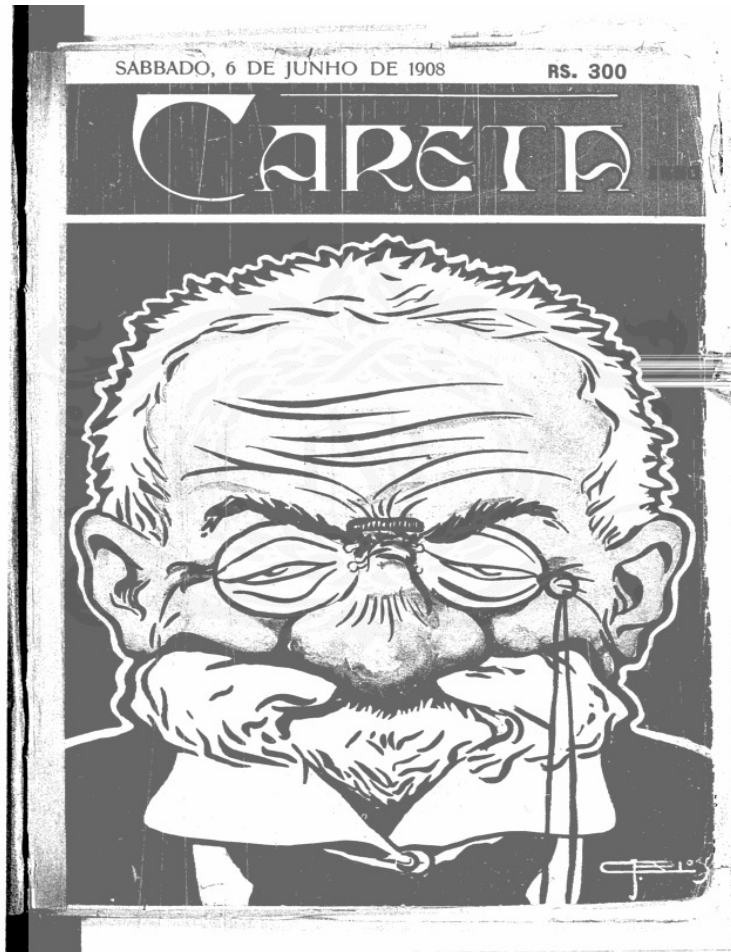
Nicolau Sevcenko (2003, p.119) coloca de forma clara a evidente relação entre o surgimento e a consolidação das revistas ilustradas e as novas técnicas do jornalismo nacional nos anos iniciais do século XX:

Novas técnicas de impressão e edição permitem o barateamento extremo da imprensa. O acabamento mais apurado e o tratamento literário e simples da matéria tendem a tornar obrigatório o seu consumo cotidiano pelas camadas alfabetizadas da cidade. Esse "novo jornalismo", de par com as revistas mundanas, intensamente ilustradas e que são o seu produto mais refinado, torna-se mesmo a coqueluche da nova burguesia urbana, significando o seu consumo, sob todas as formas, um sinal de bom-tom sob a atmosfera da Regeneração.

Deste modo, fica mais do que definida a necessidade imperativa de se entender o formato *revista* não exclusivamente pelos seus critérios estéticos e pelas suas características literárias ou culturais, mas sim de forma mais ampla, lembrando que seu surgimento e sua consolidação no gosto da sociedade letrada do início do século XX é consequência não apenas do conteúdo da publicação, mas também dos recursos gráficos nela dispensados, e estes somente puderam estar disponíveis para a imprensa carioca devido a um

carrossel de acontecimentos: a consolidação da República, o crescimento da sociedade burguesa, o aumento da disponibilidade dos bens de consumo, a reurbanização acelerada, o aumento da população letrada, a profissionalização do escritor, a absorção, pela imprensa, de novas técnicas de impressão.

Levando-se em consideração a pertinente orientação de Ana Luiza Martins (2003, p.59-79), que alerta para os riscos e os cuidados necessários que se precisa ter no trato das revistas de um modo geral, ou seja, que se deve evitar sempre a precipitação de praticar, simplesmente, uma leitura amena, lúdica e superficial da publicação, isso será levado em conta na tentativa de impedir o mero encanto de folhear suas páginas, ao avaliar “o impresso *revista*”. Entretanto, mesmo mantendo-se afastado do trato imponderado do periódico, tentar-se-á nutrir a fascinação que o periodismo carioca do início do século XX desperta ao se ter um contato mais direto e íntimo com ele, como se nota na observação, pela primeira vez, da interessantíssima e divertida caricatura da capa inaugural da *Careta*.



Presidente Afonso Pena na capa da primeira edição da revista *Careta*. Rio de Janeiro, 6 de junho de 1908.³

***Careta*: relevo artístico e intelectual**

Surgida em 1908 e fruto direto do desenvolvimento da imprensa,⁴ a *Careta*, publicação menos dispendiosa na sua elaboração, todavia bem mais inovadora no seu plano gráfico, abrigava concepções diversas frente às demais revistas da época.

³ Todas as edições da revista *Careta* estão acessíveis na seção de periódicos digitalizados pela Biblioteca Nacional. Disponível em: http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/careta/careta_anos.htm. Acesso em: 3 de maio de 2010.

⁴ Coincidentemente, a *Careta* surge no cenário carioca no mesmo ano em que se instalou a Associação de Imprensa (posteriormente, passa a denominar-se Associação Brasileira de Imprensa – ABI), o que evidencia uma maior profissionalização dos intelectuais envolvidos com o periodismo.

Se comparada à revista *Fon-Fon!*, pode-se perceber como a *Careta* tinha valores distintos. A *Fon-Fon!*, publicação que circulou de 1907 a 1945, — sob a égide dos simbolistas Lima Campos, Gonzaga Duque e Mário Pederneiras até 1914; posteriormente dirigida por Álvaro Moreyra e Hermes Fontes, — apresentava cunho mais elitista, voltada para certa tendência *snob* e urbanizante da sociedade, comum a certas publicações da época.

A *Careta* também se distinguia de sua contemporânea *Kosmos* que, por sua vez, primava, por meio de apresentação visual extremamente requintada e de acabamento mais refinado, pela temática voltada ao progresso urbano e ao cosmopolitismo, e defendia a concepção *art-nouveau* como padrão gráfico indispensável durante o apogeu da *Belle Époque*.

Por ser eclética tanto no que tangia o amplo alcance de um público variado quanto no que representava sua diversificada teia de colaboradores, de colunas, de reclames, de conteúdo gráfico e de modelo editorial, a *Careta* conseguia diferenciar-se das demais publicações similares da época.

Se a maioria das revistas ilustradas da ocasião se classificaria sob definições estanques de literárias, científicas ou mundanas, — todas essas de cunho mais erudito e público evidentemente mais restrito, — para a *Careta*, a melhor classificação seria como revista de variedades, pois, como se verá, é extremamente difícil e arriscado julgar uma publicação que atravessou, por mais de cinco décadas, o cenário cultural do século XX, sendo sempre tão multiforme em todos os seus aspectos e de conteúdo amplamente diversificado.

Como mais uma iniciativa do jornalista e empresário Jorge Schmidt, que exerceu a direção da revista entre 1908, data de sua fundação, e 1935, ano de seu falecimento,⁵ a *Careta* surgiu não apenas como consequência dos novos artefatos técnicos de impressão e de ilustração que possibilitavam a circulação de um periódico composto basicamente por charges, caricaturas e

⁵ Após o falecimento de Jorge Schmidt, seu filho, Roberto Schmidt, assumiu o papel de editor-proprietário. Roberto exerceria essa função até seu falecimento em 1960, quando, por falta de investimentos e orientação intelectual, a revista acabaria por sair de circulação.

fotogravuras, mas principalmente para ocupar certo vazio que a revista *Kosmos* provocaria na editora de Schmidt, ao deixar de circular em abril de 1909.

Coincidentemente, Jorge Schmidt também fundara a *Kosmos*⁶ em 1904. Contudo, por se tratar de uma revista claramente voltada para um público mais restrito, já que pressupunha um conteúdo mais erudito, além de se tornar, graças ao seu acabamento requintado, um investimento extremamente custoso para o público em geral, com a revista *Careta*, Schmidt tentava uma publicação de amplo alcance entre os leitores, com um caráter mais popular e principalmente de leitura mais espirituosa e divertida.

Antonio Dimas (1983, p. 4), em seu estudo sobre a revista *Kosmos*, relata uma importante entrevista que obteve com D. Maria S. Carneiro, uma das filhas de Jorge Schmidt, cujo depoimento esclareceu alguns dados biográficos de seu pai. Entretanto, documentos que comprovem a movimentação comercial tanto da *Kosmos* quanto da *Careta* inexistem. Mesmo assim, a declaração transcrita por Dimas comprova como a *Careta* seria, no projeto editorial e comercial, o oposto do que representou a elegante, mas dispendiosa *Kosmos*:

A revista [*Kosmos*] era cara para a época: 2\$000 réis. Interessava mais aos intelectuais do que ao público. Em suma, *Kosmos* deixava um déficit considerável e o prejuízo financeiro era grande. J. S. abandonou *Kosmos* fundando a *Careta*, tipo popular de revista que interessava a todas as classes. O seu preço inicial foi de 300 réis. Meu pai foi homem de grande iniciativa e trabalhador infatigável. A *Careta* prosperou.⁷

Por este depoimento percebe-se como o fundador da *Kosmos* e, posteriormente, da *Careta*, era muito mais um empresário empreendedor do que um homem de letras. Mesmo assim, essa reviravolta empresarial beneficiou o surgimento da *Careta*, que se aproveitou, por pertencer ao mesmo proprietário da editora de *Kosmos*, do maquinário moderno de sua

⁶ É importante ressaltar que, além da *Careta* e da *Kosmos*, o *Fon-Fon!* também foi idealizado por Schmidt.

⁷ Depoimento dado ao autor em Petrópolis, em 5 de agosto de 1975.

antecessora e assim fixou *residência* nas antigas oficinas de *Kosmos*, à rua da Assembleia e posteriormente, na rua Frei Caneca.

Na realidade, apesar da beleza incontestável de *Kosmos*, a *Careta* era mais atrevida, pois lançava mão da sátira gráfica, — charges e caricaturas políticas e sociais,⁸ — na tentativa de cativar o público. A ousadia deu certo. A *Careta*, além de tornar-se um sucesso de vendas por seu preço baixo e recursos visuais abundantes, tornou-se mesmo objeto de colecionador. A fortuna epistolar de Carlos Drummond de Andrade comprova a admiração que o poeta nutria pela revista:

Possuo uma coleção da *Careta*, do primeiro número até 1915, e é nela que costumo mostrar os anos de ouro da caricatura brasileira, através das charges de J. Carlos. Quanta gente fica admirada e espantada de ver essa multidão de caricaturas inconfundíveis (COTRIM, 1985, p. 95).⁹

Privilegiando o humor político e de costumes, espécie de crônica viva ou *desenhada* da sociedade do tempo, a *Careta* poderia assim concorrer diretamente com *O Malho*,¹⁰ revista de circulação nacional, que elegia, na mesma época, a irreverência como suporte de seu projeto editorial.

É de praxe que um jornal que se apresenta desfile perante o leitor boquiaberto um rosário de promessas a que se chama pomposamente — o programa. Iconoclasta de nascença, o *Malho* começa por atacar e destruir a praxe: não tem programa. Ou, mais exatamente, tem todos, como o seu nome bem o indica: ele é o *Malho*; tudo que passar a seu alcance será a bigorna. O povo rirá ao ver como se bate o ferro nesta oficina e só com isso ficaremos satisfeitos, com a tranquila consciência de quem cumpre um alto dever social e concorre

⁸ Raul (pseudônimo de Raul Pederneiras), K. Lixto (pseudônimo de Calixto Pereira) e J. Carlos (pseudônimo de José Carlos de Brito e Cunha) nacionalizaram a arte da caricatura no Brasil, além de serem verdadeiramente as maiores referências do desenho satírico no limiar do século XX. No entanto, J. Carlos incontestavelmente foi o caricaturista da *Careta*. É notória como sua trajetória artística se confunde com a da revista, sendo seu ilustrador exclusivo entre 1908 e 1921.

⁹ Esta carta foi enviada por Drummond à família Brito e Cunha em agradecimento ao desenho enviado ao poeta como presente em comemoração ao seu aniversário. A missiva é de dezembro de 1982 e pode ser recuperada na biografia de J. Carlos. Cf. COTRIM, Álvaro. *J. Carlos: época, vida e obra*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1985.

¹⁰ *O Malho* circulou entre setembro de 1902 e janeiro de 1954. Sua durabilidade confirma o sucesso da publicação em seu tempo.

eficazmente para o melhoramento e progresso da raça humana.¹¹



Cabeçalho da edição inaugural de *O Malho*. Rio de Janeiro, 20 de setembro de 1902.

Assim como *O Malho*, que também contou com a colaboração artística de J. Carlos a partir de 1921, a *Careta* se destacou não somente pelo seu relevo artístico incontestável, mas também intelectual. Contando com um rol eclético de nomes da *intelligentsia* literária carioca da época entre seus colaboradores mais constantes,¹² como Lima Barreto,¹³ Emílio de Menezes, Martins Fontes, Olegário Marianno, Luiz Edmundo, os redatores Bastos Tigre e Leal de Souza e até mesmo Olavo Bilac, não se pode, simploriamente, classificar a publicação hebdomadária como uma revista ilustrada de variedades e mundana. No entanto, também não é fácil defini-la como uma revista claramente noticiosa.

Realmente, a abordagem do fato noticioso não era sua principal diretriz; porém, é perfeitamente possível encontrar em suas páginas a tentativa de se manter a par das ocorrências do momento. Manter sua atualidade também competia para cativar o público leitor. A coluna "Páginas da Cidade", localizada já em 1919, é exemplo satisfatório de como a *Careta*

¹¹ Editorial de abertura do número inaugural de *O Malho*, de 20 de setembro de 1902. Disponível em: <http://www.memeoriaviva.com.br/omalho/>. Acesso em: 3 de maio de 2010.

¹² Através da análise da revista *Careta* é impossível confirmar ou delimitar um grupo fixo de colaboradores da revista. A rotatividade e o rodízio entre diversos autores que participaram da revista e a inconstância de suas colaborações impossibilitam tal empreendimento.

¹³ A *Careta* foi, talvez, a revista de maior prestígio a acolher as produções literárias de Lima Barreto. É fato notório a indiferença que a grande imprensa dispensou ao escritor durante sua vida intelectual. Na *Careta*, Lima colaborou em 1915 e entre 1919 e 1922.

tentava aliar sua constante temática urbana a certa ligação com a atualidade de sua época. Espécie de coluna fixa semanal, a seção “Páginas da Cidade” propunha retratar todos os fatos passados nos últimos sete dias na cidade do Rio de Janeiro.



Coluna “Páginas da Cidade”. *Caretta*. Rio de Janeiro, 26 de abril de 1919.

Outra característica sugestivamente marcante da *Caretta* era seu título. Não obstante, por meio do nome da revista, já se pode perceber um pouco de seu intento jocoso, irônico e até mesmo provocador. A escolha por um substantivo que carrega carga semântica definidora de seu caráter irreverente deixa evidente, em primeiro lugar, a intenção de seus idealizadores em antecipar o conteúdo chistoso por meio da denominação proposta e, em segundo plano, consequentemente, não deixaria de ser, assim, esse título uma das representações mais diretas e de apelo visual mais evidente do modelo editorial que se queria claramente inovador, crítico e contestador. Maurice Mouillaud (2002) teoriza com precisão a importância da escolha dos nomes conferidos aos jornais, bem como sobre a intencionalidade embutida nessa opção:

O nome-de-jornal [...] torna-se seu envelope. Ele se retira acima de todos os enunciados. A partir desta posição destacada, assegura a coerência e a continuidade dos enunciados à maneira de uma pressuposição. Constitui o princípio de um espera, por parte do leitor, de certos enunciados. Firma um pacto com o leitor [...]



Cabeçalho e editorial da primeira edição da revista *Caretas*. Rio de Janeiro, 6 de junho de 1908.¹⁴

Do mesmo modo que o *Fon-Fon!* representaria, pelo seu nome, certo esnobismo urbanizante,¹⁵ ansiado pelo seu público leitor mais cativo: a elite burguesa letrada, a revista *Caretas* teria em seu título a antecipação também de sua proposta editorial.

Aí vai a nossa *Caretas*.

Lançando à publicidade este semanário, é preciso confessar, e contritamente o fazemos, que a *Caretas* é feita para o Público, o grande e respeitável público, com P grande!

Se tomamos essa liberdade foi porque sabíamos perfeitamente que ele não morre de caretas.

Longe vai o tempo em que isso acontecia.

¹⁴ Como não é proposta deste artigo fazer uma análise da configuração ou da padronização da revista, cabe apenas alertar para a constância da apresentação visual da publicação. Durante as duas primeiras décadas de circulação da revista, a configuração de sua capa e da página editorial seguiu um modelo praticamente imutável, o que leva a considerar essa padronização visual como um recurso intencional da revista.

¹⁵ Sendo o automóvel símbolo perfeito da ideia de modernidade e urbanização e "Fon-Fon" poderia ser traduzido como o ruído onomatopéico produzido pela buzina dos automóveis, fica explícita a relação existente entre a revista e o cenário cosmopolita que ela refletia em suas páginas.

Todavia, a nossa esperança é justamente que o público morra pela *Careta*, a fim de que ela viva.

E, feita cinicamente essa confissão egoística (nós estamos no século XX) digamos logo que o nosso programa cifra-se unicamente em fazer caretas.

[...]

As nossas caretas são sérias como as sessões do Instituto Histórico e a sua perfeição e semelhança garantidas.

[...]

Se ao ver a *Careta*, gentil senhorita, apreciadora entusiasta das seções galantes do jornalismo *smart*, franzir graciosamente as graciosas sobrancelhas, na boquita rubra estalando um desprezador muxoxo, nós já temos meia vingança: o muxoxo é meia careta, pelo menos.

[...]

Com um programa tão vasto, tão sedutor, tão (como diremos?) *característico*, esperamos da simpatia do público o franco acolhimento que lhe não merecem tantas caretas por aí, bem conhecidas [...]¹⁶

Elegendo o humor como sua diretriz, a ousadia da revista ficava à disposição dos temas mais constantes da publicação, — entre eles, a sátira à sociedade carioca.

O editorial de abertura do primeiro número do semanário é sintomático. Chama a atenção a ausência de título particularizante, sendo genericamente nomeado “Artigo de Fundo”. Seguindo as características típicas das páginas editoriais, esse texto, espécie de certidão de nascimento da revista, não leva assinatura nem tampouco o recurso comum do uso do pseudônimo. No entanto, o texto inaugural da *Careta* é significativo para se perceber a intencionalidade da revista.

Num primeiro aspecto, o editorial é interessante ao mencionar o público-alvo da revista: *Público com P grande!* A editoria evidencia assim que não ansiava por um nicho específico de leitores, mas sim por um público amplo (porém, apto à leitura, ou seja, letrado) que poderia ler a revista.

Herman Lima (1963, p.149-150), pesquisador da história da caricatura no Brasil, corrobora a amplitude de público ansiada e alcançada pela *Careta*, levando em consideração a íntima relação existente entre J. Carlos, — fiel

¹⁶ Editorial. *Careta*. Rio de Janeiro, 6 de junho de 1908.

caricaturista da revista, — o padrão gráfico inovador e o prestígio adquirido pela publicação entre os mais variados seguimentos de leitores na sociedade:

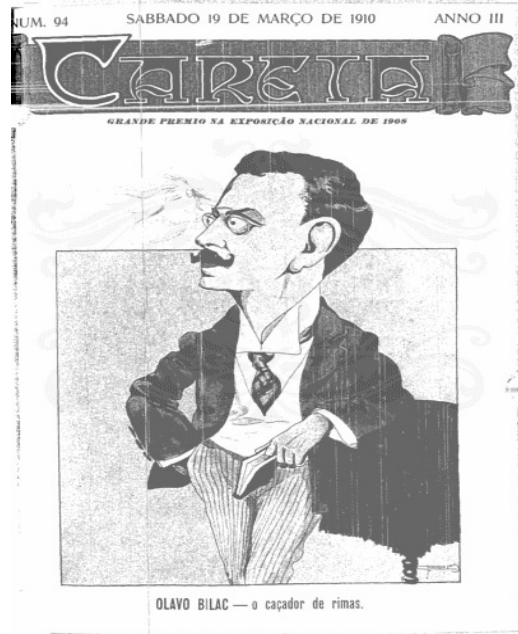
Para o prestígio que viria a adquirir, aliás, desde os primeiros anos [...], *Careta* contou principalmente desde o início, com a colaboração de J. Carlos, que estava destinado a tornar essa publicação na mais deliciosa criação gráfica, literária e artística, pelo bom gosto inalterável da sua arte sempre atual, como pela ductilidade do seu traço sem igual na história da caricatura brasileira.

Mais adiante, o mesmo Herman Lima (1963, p.152) demonstra o alcance diversificado da revista: “[...] a revista de Jorge Schmidt se manteria por tanto tempo com aquele prestígio paradoxal que a fazia disputada pelos fregueses de engraxates e barbeiros e pela elite intelectual do Brasil”.

Não seria então à toa que Olavo Bilac, intelectual de prestígio, contudo já um tanto afastado da lide jornalística nesse tempo, publicaria os mais belos sonetos da *Tarde* na *Careta*, tendo como ilustração os traços de J. Carlos, além de ganhar *portrait-charge* na publicação de março de 1910:



“Samaritana”. Soneto bilaquiano ilustrado por J. Carlos. *Careta*. Rio de Janeiro, 17 de outubro de 1914.



Portrait-charge de Olavo Bilac feita por J. Carlos. *Careta*. Rio de Janeiro. 19 de março de 1910.

Uma segunda interpretação do editorial diz respeito ao trocadilho, proposto no texto. O jogo semântico e visual criado entre *Careta* (o título da revista) *versus* careta (contração do rosto ou trejeito cômico da face, expressão facial caricata) levaria o leitor a perceber a estratégia do discurso da revista: provocar o cômico, fazer rir, propor a crítica irreverente, através do subterfúgio criativo padrão da revista — o uso abundante do desenho caricaturado.¹⁷

Entretanto, mesmo prescindindo de autoria, pressupõe-se que o editorial, durante todo o período de circulação da revista, manifestava e espelhava de forma clara e constante a opinião e, principalmente, a filosofia da revista. Entre 1908 e o fim de 1922, período que contempla o recorte temático da pesquisa, apesar de terem ocorrido mudanças na disposição da página editorial dentro do corpo da revista, ela sempre foi uma constante, variando apenas o título principal.

Se em 1908, o editorial da *Careta* manifestava-se pela primeira vez sob alcunha genérica de “Artigo de Fundo”, até 1919 o editorial levaria títulos diversos, obedecendo sempre ao conteúdo do texto publicado e, a partir de agosto de 1919, por exemplo, encontrar-se-ia na página editorial a designação de *Looping the Loop*, que perduraria, ao menos, até 1922, sempre sem assinatura ou qualquer outra definição de autoria.

¹⁷ De acordo com Cássio Loredano, o título da revista *Careta*, bem como sua composição editorial, seria “um eco do semanário argentino *Caras y Caretas*”. Tal revista autodenominava-se festiva, literária, artística e de atualidade e combinava, de acordo com sua definição, humor, crítica e seriedade intelectual. *Caras y Caretas* circulou entre o público portenho entre 1898 e 1941, Cf. LOREDANO, Cássio. *O bonde e a linha*. Um perfil de J. Carlos. São Paulo: Editora Capivara, 2002. p.41.



Looping the Loop

Estatuas degoladas...

Se fosse encarregado um qualquer escultor consciencioso de modelar em bronze, pedra ou barro a figura representativa de um arbitro do pensamento popular no seio do actual Congresso... e esse artista tivesse uma apurada visao psychologica do politico contemporaneo, mesmo que não sentisse em si a veia satyrica, para ser leal com o publico e fiel á sua arte, teria que degolar o modelo, só poderia representá-lo num corpo sem cabeça...

Se em vez da estatua de um unico desses representantes, tivesse que modelar a de cada um dos membros das maiorias do Senado e Camara, feita e acabada a obra sem falsar a realidade, apresentaria então um grupo de estatuas mutiladas...

O homem do futuro, quando passasse pelo local em que esse grupo fosse collocado, havia de parar embasbacado e de examinar um por um os torços bellos, ceyta a testa interdito: «Diabo... e as cabeças? Um mais esperto, porém, commentaria impressionado: «Já naquele tempo os politicos nasciam com barriga só! Mas não é essa em summa a impressão que hoje temos á vista de um representante da Nação? Cada um delles é physicamente, se não um magnifico typo de homem, um bipede muito parecido exteriormente com o homem, uma parodia de homem, um bipede bem alimentado emfim... e nada mais! No entretanto, convenhamos, a culpa talvez não seja delles... Quem sabe?... Deus já velho, bastante cansado de fabricar gente, fel-os como aos demais homens a cabeça inclusive, mas esqueceu de substituir dentro della o lodo primitivo pelo mudo commum. Quando deus com o lamentavel esquecimento, os pobres infelizes já haviam nascido, e então, penalizado, resolveu estender a sua protecção duma sobre elles na terra...

Guerra aos deuses.

Desde que a Academia de Lettras, não sabendo que papel dar aos seus membros em face da intelligencia humana, encarregou-os de desempenhar as funções dos deuses e phantasiou-os de ministros de Monio, que os deuses autenticos ficaram com a reputação completamente estragada entre nós. Mesmo assim no entanto, dois delles ainda resistiam: Apollo e Dionysos. Este, sempre borrachão, escondia-se na quarta dos operarios de cinema; aquelle outro, rapaz sério, la vivendo laboriosamente como podia nos habituados aos theatros, nos vãos da Escola de Bellas Artes e até na rampa do Zé Várzea do Passeio Publico. Acontece porém, que o illustre sr. Prefeito, que não é membro da Academia mas sim um homem tenso, adoptando o methodo philosophico daquelle

bravo do *Bouvard et Pécuchet* de Flaubert que «quem não tem lingua não canta», comprehendeu as aperturas da cidade e concluiu por sua vez que quem está de barriga vazia tem por consequencia o cerebro furado, sendo portanto um desperdicio inutil de dinheiro ir ao theatro ou ao cinema. Chamou então os seus agentes e ordenou-lhes, solemne: «Enforquem-me Apollo e torrem-me Dionysos numa fogueira! A um gesto de espanto de seus subordinados, mais humano, concedeu mysericordioso: «Bem!... Comtudo a pena!... Sellem-nos, sellem-nos com o carimbo de mais valor da Municipalidade!... Olhem, não esqueçam de fazer o mesmo nos seus adeptos!» De modo que, qualquer noite destas, dirige-se um cidadão pacato alli ao *Triason* para ver a *Longe dos olhos* de Faria Rosa ou dispõe-se a apreciar a *Theda Bara* no cinema mais proximo; e de longe já sente uma culpahada na testa e vê logo um sujeito pespegar-lhe em cima do cuspão um sello municipal, interceptando-lhe o passo muito disposto a fazer rolo se não fór obedecido: «Pague o imposto-sinho, senão não entra! Em breve por consequente, sendo o mez de Novembro o em que mais concorridos são os cemiterios, não será de estranhar tambem que toda a pessoa que quizer visital-os tenha de pagar imposto, pois continuando assim a coisa até as praias Parcas acabarão tendo que sellar os seus delictos para poder envia-los para o outro mundo...

Os regimentos passam...

Commemorando o dia de nossa Independencia, domingo passado, encheram-se as ruas e avenidas de cadencia marcial no rythmo cantante dos regimentos que passavam, o lindo pavilhão amado palpitando ao vento, a cidade, o povo emfim, este louquaz e aquella austera e feliz, vicram auscultar a alma da Patria no brilho de suas baionetas mesmo sob a chuva que cahia.

Plan... rata-plan... Estridulam clarins e as bandas musicaes dizem o passo aos soldados!... Plan-rata-plan!... Os esquadrões desfiliam marchando em frente... Outra, quando os exercitos eram formados de dragões, espadachins e granadeiros, a tradição da caserna era mais bella, porque havia nella o riso de Miami PINAON, *la Bionde*, e a garganta do GAMIN que Hugo celebrou como a corneta dos regimentos, fazendo de todo o soldado um poeta... Outros tempos!... Nos nossos dias, a caserna é um templo e o melhor soldado o mais fino artista da victoria. Hoje como outrora no entanto na disciplina e bravura do soldado está a felicidade da patria, porque garantem a sua estabilidade no futuro. Os regimentos passaram, mas pelo garbo com que marchavam, povoando a nossa memoria com mil visões heroicas de outros tempos e outros paizes, deixaram-nos a seriação confortadora de ser a grande guarda de honra que passava levando o nosso pavilhão para collocá-lo entre os das grandes patrias de amanhã.

Editorial da revista *Caretta*. Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1919.

A ausência de identificação do autor ou dos autores da página editorial induz a algumas conclusões. Não havendo uma assinatura, fosse um nome ou mesmo um pseudônimo, pode-se crer que esse texto, servindo como espaço reservado aos articulistas do periódico, funcionava como um veículo de divulgação da opinião institucional da revista. Deste modo, seguindo essa lógica, quando não se tem um nome ou mesmo vários nomes que assumam essa autoria, se pondera sobre a possibilidade de este texto ser feito por várias mãos, ou melhor, representando uma coletividade. De acordo como Monica Pimenta Velloso (2006, p.329), citando Jacqueline Pluet-Despatin, uma das especificidades das revistas é sua escrita plural e de criação coletiva e, frequentemente tendo a autoria anônima. Tal conclusão é sugestiva e bem plausível, visto que a *Caretta* prezava pela diversidade e alternância de seus colaboradores que contavam, além dos afamados caricaturistas, com importantes literatos.

Essa heterogeneidade de colaboradores comprova como a *Caretta*, durante suas décadas de circulação, transpôs os limites academicistas em voga

e, diferentemente da *Kosmos*, por exemplo, alcançou um público leitor mais amplo e genérico, agradando, ao mesmo tempo em que as retratava, às diversas camadas da sociedade carioca.

Algumas conclusões

Assim, não podemos deixar de notar que, de certa forma, a *Careta* representa, atualmente, um importante registro da vida sócio-cultural do Brasil, principalmente a carioca,¹⁸ da primeira metade do século XX. Entretanto, diferentemente de outras publicações da época, a *Careta* não refletia simplesmente a visão de mundo europeizada da sociedade burguesa. A ridicularização do comportamento da elite carioca, contrariamente, foi prática recorrente do traço dos caricaturistas responsáveis em representar na revista a vida urbana do Rio de Janeiro.

Pela charge ou pela caricatura, pela força da ilustração, podemos afirmar que a sociedade carioca e o Rio de Janeiro como um todo se tornaram matéria-prima da *Careta*, sendo ela ao mesmo tempo fruto e refletor desse novo momento cultural e técnico.

Símbolos de modernização e representativas de uma modernidade técnica, tanto na forma quanto no conteúdo, as revistas ilustradas e seus novos recursos técnicos, como a zincografia ou como os processos fotoquímicos, — que viabilizavam o tratamento da imagem, — a linotipia e o maquinário de impressão cada vez mais veloz, permitiram que a ilustração fizesse da *Careta*, além de álbum vivo da nova sociedade carioca, uma das

¹⁸ Importante ressaltar que diversos pesquisadores comentam que a *Careta* era distribuída por todo o país através da Empresa de Correios e Telégrafos. Entretanto, é difícil comprovar a real existência e alcance dessa rede de distribuição do hebdomadário, por falta de registros oficiais. Na coletânea de artigos organizada por Tânia Regina De Luca e Ana Luiza Martins, a pesquisadora Maria de Lourdes Eleutério apenas cita essa provável distribuição da revista via Correios, por meio do envio dos exemplares através das linhas férreas para atingir cidades e estados distantes. Cf. ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. *Imprensa a serviço do progresso*. In: MARTINS, Ana Luiza & DE LUCA, Tânia Regina (Orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, p.88.

provas concretas de como o desaparecimento das pequenas iniciativas jornalísticas artesanais viabilizou o surgimento do jornalismo profissional.

Referências bibliográficas

Careta. Rio de Janeiro: Editora Kosmos, 1908-1922.

COHEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza & DE LUCA, Tânia Regina (Orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 103-130.

COTRIM, Álvaro. *J. Carlos: época, vida e obra*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1985.

DIMAS, Antonio. *Tempos eufóricos* (análise da revista *Kosmos*: 1904-1909). São Paulo: Ática, 1983.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza & DE LUCA, Tânia Regina (Orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 83-102.

LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1963, 4 v.

LOREDANO, Cássio. *O bonde e a linha: um perfil de J. Carlos*. São Paulo: Editora Capivara, 2002.

MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia à História. Folheando páginas revisteiras. *História*. São Paulo, v. 22. n. 1, p. 59-79, 2003.

_____; DE LUCA, Tânia Regina. *Imprensa e cidade*. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

_____. (Orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio (Orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora da UnB, 2002.

O Malho. Rio de Janeiro: Tipografia d'A Tribuna, 1902-1954.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Cia. das Letras, 1897.

VELLOSO, Mônica Pimenta. Percepções do moderno: as revistas do Rio de Janeiro. In: NEVES, Lúcia Maria Bastos et al. *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A; FAPERJ, 2006. p. 313-364.

Artigo recebido em 03/05/2010 e publicado em 08/11/2010.